



Google AdWords

Impara a sfruttare le potenzialità dello strumento più economico ed efficace di pubblicità online.

Data:	Mercoledì 04 Maggio 2011 Venerdì 06 Maggio 2011
Durata:	8 ore suddivise in due mezze giornate
Location:	POINT Polo per l'Innovazione Tecnologica della provincia di Bergamo, Via Pasubio 5 - Dalmine (BG)
Max Partecipanti:	20

Google AdWords è uno strumento straordinariamente efficace per gestire la pubblicità aziendale in modo controllato, economico ed efficace. Lo strumento, in apparenza semplice, deve essere trattato con la dovuta reverenza per evitare sprechi di tempo e denaro.

Il nostro workshop ti darà le basi necessarie per **creare un account** correttamente, per imparare a **scegliere il target** più redditizio per il tuo business e per **ottenere il massimo dal tuo budget** pubblicitario. 8 ore suddivise in spiegazioni teoriche, esercizi ed esempi pratici per sentirti sicuro nel momento in cui andrai a impostare le tue campagne, sia che siano per la tua azienda che per quella dei tuoi clienti.

Il docente (certificato come **Google AdWords Qualified Individual**) ti guiderà principalmente attraverso due fasi di comprensione del sistema:

1. **Fase Pre-Campagna:** l'apprendimento dei metodi migliori per decidere strategicamente gli obiettivi delle campagne pubblicitarie prima ancora di iniziare il setup della campagna.
2. **Fase di Gestione della Campagna:** la comprensione delle tecniche di base fondamentali per creare una campagna strutturalmente corretta, targetizzata bene, ideata con creatività e gestita con disciplina e rigore metodologico.

N.B. La completa padronanza di questo bagaglio di conoscenza rappresenta un requisito fondamentale per la partecipazione al **Workshop Google AdWords Intermediate**.

Descrizione Generale

L'attività di promozione che ha rivoluzionato il mondo della comunicazione pubblicitaria online. Con AdWords paghi solo ed esclusivamente le visite effettive sul tuo sito. Tu stabilisci il budget da investire e il tuo annuncio pubblicitario (testuale o banner) viene mostrato solo al target che scegli tu. Durante la campagna attraverso il pannello di monitoraggio puoi cambiare tutti questi parametri in ogni momento. Controllo e libertà assoluta.

Il modello di business di Google è vincente nella sua semplicità: l'inserzionista paga solo se la

sua pubblicità funziona. Google ti permette di raggiungere il tuo target sia tramite il motore di ricerca che tramite una rete capillare di siti affiliati dove puoi effettuare pubblicità focalizzata su posizionamenti specifici ed estremamente efficaci.

Contenuti del corso

- La **pubblicità online**: trends evolutivi e status del mercato
- **SEA**: l'advertising nella sua coniugazione più moderna ed interattiva
- Indicizzazione **gratuita** e collegamenti **sponsorizzati** su Google: differenze e similitudini
- Tre parti in causa: **Google**, gli **Utenti**, gli **Inserzionisti**. Come Google accontenta tutti.
- Il **CTR**, il **Quality Score** e i fattori che determinano il **reale** costo dei clicks.
- Google AdWords, interfaccia e tipologie di annunci. L'importanza della **persuasione**.
- **Impostazione dell'account**. Metodi corretti ed errori più frequenti.
- Ricerca e classificazione delle parole chiave.
- Metodi e tecniche di creazione di **campagne** ed **annunci pubblicitari convincenti**.
- Impostazione e **gestione del budget**: come farlo e come farlo **bene**.
- Creazione di **landing pages** performanti.
- Introduzione dei concetti avanzati: **test & refine**, **ottimizzazione** e **reportistica**.

Obiettivi del workshop

- Imparare a creare e personalizzare un account AdWords
- Acquisire competenze pratiche per la gestione dell'account
- Apprendere a creare campagne e gruppi di annunci
- Identificare le metriche e i KPI per la misurazione del successo di una campagna

Key Questions

- Come faccio a promuovere il mio sito in maniera misurabile ed efficace?
- Come faccio a sapere che successo ha la mia campagna?
- Come faccio ad assicurarmi che i soldi spesi si trasformino in visite al mio sito?
- Il mio sito è in grado di supportare il traffico che porto con la promozione?
- Come posso utilizzare Google per fare pubblicità?

Dedicato a

- Responsabili marketing online e offline
- Titolari d'impresa
- Consulenti aziendali
- Responsabili comunicazione, eventi e pr
- Dirigenti commerciali
- Web Designers
- Web Masters
- Copywriters & Web Copywriters

TAG Cloud

- Pubblicità online
- Google AdWords
- Pubblicità online, PPC e CPC
- SEO, SEM e SEA
- Keyword Advertising
- Architettura della persuasione